PEQUENO GUIA DE ETIQUETA ONLINE PARA O SÉCULO XXI
RODRIGO ORTIZ VINHOLO

Pequeno guia de etiqueta *on-line* para o século XXI
(Acompanha suplemento com glossário para leigos.)
por Rodrigo Ortiz Vinholo

Texto: Rodrigo Ortiz Vinholo.
Revisão: Mile Cantuária.
Projeto gráfico: Henrique Morais.

Quer compartilhar algo a respeito dele nas redes sociais? De preferência, use a *hashtag* **#PequenoGuiaDeEtiqueta**.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Vinholo, Rodrigo Ortiz
Pequeno guia de etiqueta on-line para o século XXI [livro eletrônico] : (acompanha suplemento com glossário para leigos.) / Rodrigo Ortiz Vinholo. -- 1. ed. -- Sao Paulo : Ed. do Autor, 2023.
PDF

ISBN 978-65-00-61444-2

1. Comportamento 2. Comportamento social 3. Etiqueta 4. Etiqueta - Manuais, guias, etc. 5. Internet (Rede de computadores) - Aspectos sociais 6. Redes sociais on-line - Aspectos sociais I. Título.

23-143449 CDD-395

Índices para catálogo sistemático:

1. Boas maneiras : Etiqueta social : Costumes 395

Henrique Ribeiro Soares - Bibliotecário - CRB-8/9314

PEQUENO
GUIA DE
ETIQUETA
ONLINE PARA O
SÉCULO XXI
RODRIGO ORTIZ VINHOLO

INTRODUÇÃO

Conforme a sociedade muda, as regras de convivência e as expectativas sociais também se alteram. Com isso, decidi juntar 101 dicas rápidas e distribuí-las gratuitamente, no intuito de fazer com que algumas pessoas passem a mão na consciência e todos nós tenhamos uma experiência um pouco melhor e mais civilizada nesta rede cheia de coisas boas e terríveis.

Cada uma das dicas aqui segue uma estrutura simples: número de regra; uma definição geral; e um detalhamento. Tudo junto, ocupando até 280 caracteres com espaços, o suficiente para caber em um *post* do Twitter! Desse modo, não tem desculpa para achar algo aqui complicado, ok? As regras seguem uma ordem lógica mais ou menos progressiva, mas não se atenha ao número como uma grandeza de importância: todas são valiosas para diferentes aspectos da experiência de uso da Internet.

O critério para definição dessas regras foi baseado no conhecimento das leis e na minha própria experiência com conflitos diversos derivados da utilização da Internet como um todo, tanto

em contexto totalmente digital como na intersecção com a vida analógica.

Exatamente por conhecer muito bem o ambiente *on-line*, eu sei que é mais provável que esta publicação só seja compartilhada por pessoas que querem concordar e se sentir certas e superiores aos outros, ou que leiam para discordar de mim e, talvez, discutir comigo ou deixar algum comentário esquisito ou indireta.

Ainda assim, a esperança é a última que morre e, mesmo conhecendo os termos e condições, eu decidi seguir em frente.

Ah, se você tiver qualquer dúvida sobre a terminologia usada em qualquer momento, existe um glossário no final. Não tenha medo de consultar. No geral, é pouca coisa, e provavelmente você já deve conhecer tudo, mas nunca se sabe.

Boa sorte. E obrigado.

Rodrigo Ortiz Vinholo
São Paulo, janeiro de 2023.

Agradecimentos especiais (em ordem alfabética) a Alexandre Pereira Viana, Carolina Pacheco Ribeiro, Carol Peace, Eloi Saldanha, Lucian De Paula, Mari Rolin, Mile Cantuária, Rique Morais e Thici Cintra pela paciência, ajuda, conferência, habilidades técnicas diversas, e por me aguentarem.

As regras a seguir são uma indicação geral. Várias delas poderiam ser expandidas para além do tamanho que estou disponibilizando, e incontáveis exceções existem. Por isso, leia e interprete sem pressa, entendendo que, muitas vezes, elas se referem a ideias amplas, e não era a proposta ser excessivamente detalhista aqui. A releitura também é estimulada, em especial porque a convivência humana é sempre um assunto complicado, e você pode descobrir que há uma profundidade bem maior do que parece à primeira vista mesmo em alguns textos curtos. Na dúvida, se você se guiar por essas regras, mesmo de modo genérico, a chance de erro é menor.

REGRA Nº 1

As regras de etiqueta e civilidade da "vida real" também se aplicam à Internet.

Mesmo que a Internet seja um mundo "mais amplo", com regras de convivência próprias por questões técnicas e dinâmicas específicas, no geral, você se dará bem se aplicar as que já usa.

REGRA Nº 2

A Internet é pública (ou quase).

Não importa sua discrição, o que fizer *on-line* terá algum registro. É difícil escapar de acompanhamento, então não faça nada que não faria em público, comporte-se. Todos podem sofrer um *exposed*, melhor que te peguem agindo bem.

REGRA Nº 3

Nunca se esqueça de que as outras pessoas são reais.

Lembre-se: as pessoas estão vendo o que você faz, para o bem e para o mal. E que, se você fizer algo contra alguém, será alguém tão real quanto você. Se você não maltrataria alguém *off-line*, não faça no digital.

REGRA Nº 4

Se algo está na Internet, alguém o colocou lá.

Não trate a Internet como uma força autônoma e impessoal. Tratar ambientes, *sites* e conteúdo como algo espontaneamente gerado é desrespeitoso com as pessoas que criaram o que você consome.

REGRA Nº 5

Ninguém é obrigado a criar conteúdo para você.

Mesmo que as pessoas façam coisas que te divertem, mesmo que ganhem dinheiro com isso, nenhum criador de conteúdo, de qualquer proporção ou formato, tem um compromisso com você. Cuidado com o modo como você cobra os outros.

REGRA Nº 6

Você ainda existe *off-line*.

Sua existência *on-line* não é separada da sua vida real. Com isso em mente, lembre-se de que sua persona *on-line*, por mais que seja diferente, ainda é reflexiva de quem você é. O contrário, claro, também é verdadeiro.

REGRA Nº 7

Mesmo *on-line*, você ainda tem corpo físico.

O espaço que você ocupa ainda afeta as outras pessoas. Não fique com o celular (ou qualquer dispositivo) na mão no meio do caminho. Não ande enquanto usa celular. Não deixe sua vida digital atrapalhar a vida real de ninguém.

REGRA Nº 8

Nenhuma rede social é a vida real.

Muitas vezes, o que acontece na vida digital só acontece ali. Uma pauta muito importante, uma discussão, demanda ou dinâmica, se refere apenas àquele cenário. Cuidado com o excesso de importância desmedida.

REGRA Nº 9

Crimes na Internet continuam sendo crimes.

É um tanto óbvio, mas sempre vale lembrar que, além dos crimes que foram tipificados devido ao funcionamento da Internet, os outros de sempre também se aplicam aqui, incluindo ameaça, racismo, homofobia, transfobia etc.

REGRA Nº 10

Você é responsável pelo que diz, e pelo modo que diz.

Se está nos seus perfis, foi você que disse. Por isso, cuidado com o que diz, como diz e para quem diz. Se você compartilha acesso à sua conta com outra pessoa e ela falar por você, para fins práticos, será você!

REGRA Nº 11

Não fale através do perfil de outras pessoas, nem tente se passar por elas.

Utilizar o perfil de outra pessoa sem permissão, ou se passar por outra pessoa, além de um desrespeito imenso, é invasão de privacidade e pode até configurar falsidade ideológica. É crime!

REGRA Nº 12

Você pode ter anonimato *on-line*, mas depende.

A lei brasileira veda o anonimato mas, para certos fins, a Internet permite. Ainda assim, tal decisão é mal vista por ajudar comportamento reprovável ou criminoso. Evite. Lembrete: privacidade e anonimato não são sinônimos.

REGRA Nº 13

Ninguém te deve atenção, e você não deve atenção a ninguém.

Na vida real, ignorar os outros é visto como grosseria, mas na Internet, especialmente com estranhos, essas regras são flexíveis, porque há um excesso de estímulos e frentes. Não cobre e não espere atenção.

REGRA Nº 14

Ninguém te deve um debate, e você não deve um debate a ninguém.

Se leis não estão sendo violadas, ninguém precisa se explicar para você, e você não precisa se explicar para ninguém. E ninguém quer ouvir uma aula. E não, você não ganha um debate por ser bloqueado.

REGRA Nº 15

Você tem o direito de bloquear, os outros têm direito de te bloquear.

Se alguém não te deixa confortável, ou você não quer que essa pessoa te contate por qualquer razão, você pode bloquear. O oposto, claro, também é verdadeiro. Cobrar explicação é infantilidade.

REGRA Nº 16

As pessoas têm direito a filtrar o próprio uso da Internet.

Não existe "jeito correto" de usar a Internet, e uma pessoa tem direito de não usar canais e, dentro deles, de aplicar filtros de palavras, pessoas, marcas, grupos e páginas conforme desejar.

REGRA Nº 17

Ninguém precisa provar nada para ninguém na Internet.

Não cobre posições dos outros em relação a eventos sobre os quais eles não quiserem se posicionar. Não cobre apoio, nem participação em grupos, nem acompanhamento de perfis e páginas. Tudo isso é grosseria.

REGRA Nº 18

Você não precisa ter uma opinião.

Lembre-se de que, por mais que seja tentador e que por vezes exista uma pressão social para isso, não é de bom tom dividir todo e qualquer pensamento e opinião na Internet. Opinar bem, de modo relevante e informado, é muito mais educado.

REGRA Nº 19

Boa escrita é bom, mas não chateie.

A Internet é rápida e permite concessões diversas no uso da língua. Ainda assim, revise e garanta que sua mensagem seja entendida, aprimorando a comunicação. Lembre-se, porém: ficar cobrando isso dos outros é grosseria.

REGRA Nº 20

Ninguém gosta de indireta. Não mande.

Indireta é bala perdida: você vai atingir quem não tinha intenção, não vai contribuir com a conversa, e passará a imagem de ser uma pessoa mesquinha e fofoqueira. Evite até mensagens dúbias que possam se parecer com indiretas.

REGRA Nº 21

Não repasse correntes e mensagens prontas.

Ninguém gosta de correntes de nenhuma natureza, nem das que buscam ajudar os outros. Uma exceção existe para algumas brincadeiras, mas, fora do contexto de diversão, elas só irritam e tumultuam, ou espalham falsidades.

REGRA Nº 22

Não seja motoboy de treta.

Viu alguém falando de outra pessoa, marca ou grupo? Não marque o outro. Você não ganha nada pela delação, gera uma confusão desnecessária e passa a imagem de ser uma pessoa fofoqueira e pouco confiável. Tire dúvidas de modo privado.

REGRA Nº 23

Não compartilhe materiais privados.

Além de crime, é falta de respeito. Não viole a privacidade das pessoas por qualquer motivo que seja. Conversa privada é privada. *Nude* não se repassa. Qualquer informação protegida deve ser mantida assim. Exceção: crimes.

REGRA Nº 24

Ninguém está aí para te agradar, e você não precisa agradar ninguém.

Ainda que a boa convivência seja o ideal, existem casos em que as pessoas vão discordar, não vão gostar do que estão vendo, não vão se entender. Paciência. Bloqueie, não converse, afaste-se.

REGRA Nº 25

Mentir na Internet continua sendo ruim, mesmo sem querer.

Não minta, não engane e não trate qualquer informação como verdadeira. Na dúvida da veracidade, não repasse. Não é porque está na Internet que é verdade. Lembre-se: notícia sem fonte não é notícia.

REGRA Nº 26

E-mails e mensagens são pessoais.

As pessoas se esquecem, mas *e-mails*, tal como cartas do correio tradicional, são pessoais. Violação de correspondência é crime, e é uma violação de confiança. Não acesse e não fique olhando o *e-mail* dos outros, nem WhatsApp e afins.

REGRA Nº 27

É falta de educação ouvir qualquer áudio de celular em público.

Ninguém gosta de barulho, nem quer ouvir sua mensagem, música, ou vídeo, mesmo que te divirta, ou que você ache importante. É grosseria impor seu barulho a outras pessoas. Fones de ouvido ajudam.

REGRA Nº 28

Não olhe telas alheias.

Seja de um computador *desktop*, de um *notebook*, ou de qualquer dispositivo portátil, especialmente celulares. Não olhe sem a presença da pessoa, e não olhe por cima do ombro dela. Não fique xeretando, isso é violação de privacidade.

REGRA Nº 29

Ninguém é obrigado a te responder, e vice-versa.

Ainda que se entenda que a Internet é uma rede onde a comunicação é muito importante, muitas vezes, não é porque houve a iniciativa de contato que a resposta é obrigatória. Há limites de conforto e conveniência.

REGRA Nº 30

Ninguém é obrigado a conferir algo que você compartilhou, e vice-versa.

A Internet tem MUITO conteúdo, então as pessoas não têm tempo de ver tudo que as outras mandam para elas. Esperar que elas vejam o que você mandou e cobrar reação é inconveniente.

REGRA Nº 31

Vídeo longo é falta de educação.

A Internet caminha para materiais cada vez mais rápidos e em volume cada vez mais excessivo. Vídeos, áudios e outros conteúdos longos só devem ser compartilhados mediante certa intimidade e, ainda assim, sem compromisso.

REGRA Nº 32

Não faça propaganda.

A Internet está cheia de propaganda, e de profissionais que fazem isso, e há uma relação de amor e ódio com o formato. Evite, enquanto pessoa física, ficar perturbando as pessoas com mais propaganda, ainda mais onde não couber.

REGRA Nº 33

Atenha-se ao assunto.

Seja lá onde for que uma conversa existir, atenha-se sobre o assunto discutido. Aqueles que comentam para desvirtuar a conversa são vistos como grosseiros. Quer falar de outra coisa? Comece sua própria conversa, ou procure o lugar certo.

REGRA Nº 34

Ninguém quer ver a pornografia que você produz (exceto quando querem).

Se você quer "biscoitar", ou faz conteúdo adulto (profissionalmente ou não), entenda que nem todos os canais são adequados para sua exposição. Encontre caminhos que mantenham suas boas relações.

REGRA Nº 35

Ninguém quer ver a sua pornografia (exceto quando querem).

Você pode até gostar de conteúdo adulto, mas lembre-se de que nem todos querem ver. Cuidado para não expor os outros à pornografia devido às suas interações em redes sociais, bem como o uso em público.

REGRA Nº 36

O tempo de uma conversa na Internet não é o mesmo da vida real.

Mensagens, em especial com estranhos, não devem usar formato de conversa tradicional. Adiante o assunto, nem sempre as pessoas estão *on-line* ao mesmo tempo que você. Aceite, também, a chance de demora.

REGRA Nº 37

Ninguém quer ouvir o seu áudio.

É de bom tom determinar com seu interlocutor se há incômodo com (ou indisponibilidade para) o uso de mensagens de voz. Para o primeiro contato com um estranho, ou alguém de pouca afinidade, prefira texto.

REGRA Nº 38

Não mande mensagens picadas.

Para muitas pessoas, cada mensagem faz uma notificação sonora ou vibratória que pode ser incômoda. Prefira mandar mensagens mais longas. Isso é especialmente ruim para mensagens de voz, pela inconveniência de ouvir.

REGRA Nº 39

Ninguém quer suas mensagens longas.

Cuidado com mensagens longas demais. Mesmo que seja necessário explicar, evite prolixidade, seja em texto ou em voz. Se as pessoas quisessem ler muito, abririam um *blog* ou um livro. Se quisessem ouvir muito, ouviriam um *podcast*.

REGRA Nº 40

Não faça ligações por vídeo sem aviso.

Muitas pessoas não ficam confortáveis com ligações por vídeo e, mesmo para as que não se incomodam, muitas vezes as circunstâncias não permitem, por diversos motivos, incluindo simples desconforto. Converse antes de ligar.

REGRA Nº 41

Like não é flerte, mas pode ser.

É costume flertar com as pessoas "curtindo" as coisas que elas compartilham, em especial fotos. Assim, curtir uma coisa ou outra não gera compromisso, mas entenda que o excesso, mesmo sem intenção, pode ser interpretado como interesse.

REGRA Nº 42

Não compartilhe ou dê RT em foto dos outros.

Se você não tem um motivo muito bom (amizade, parentesco próximo, relação amorosa), compartilhar uma foto mostrando uma pessoa, ainda mais com algum comentário, é esquisito e se assemelha a alguns tipos de assédio.

REGRA Nº 43

Você pode fechar suas contas, e os outros também.

Toda pessoa tem direito a tornar públicos somente os dados que preferir, e isso inclui "trancar" totalmente sua conta. Ninguém é propriedade do outro. Portanto, é infantilidade se incomodar com isso.

REGRA Nº 44

Não faça *print* de perfil fechado.

Se você segue/é amigo de alguém que tem uma conta fechada, geralmente o compartilhamento do conteúdo dessa pessoa estará bloqueado. Fazer *print* de um perfil fechado e compartilhar contra a vontade da pessoa é violar a confiança dela.

REGRA Nº 45

Não poste fotos de pessoas sem permissão.

Tirar fotos de estranhos ou de pessoas com quem se tem pouca intimidade já é estranho, mas é ainda pior compartilhar esse material sem consultar os envolvidos. Mesmo que estejam em locais públicos, tenha discernimento.

REGRA Nº 46

Nem todos gostam de estar em suas fotos.

Peça permissão antes de postar fotos com outras pessoas, ou ao menos tenha a garantia de que não haverá problema. Idem para marcações: por vezes, a pessoa não quer ser relacionada a você ou ao contexto.

REGRA Nº 47

Seguir simboliza apoio.

Você pode seguir alguém por ódio, por achar engraçado, por querer acompanhar os absurdos que fala, mas ninguém vai entender que você odeia sem mais informações além da indicação de que você segue. É mais fácil confundirem isso com concordância.

REGRA Nº 48

Ninguém é obrigado a te seguir de volta ou a aceitar seu pedido de amizade.

Ninguém é obrigado a ver as coisas que você compartilha, nem a constar como ligado a uma pessoa apenas porque ela quer. Esperar isso e, pior, cobrar isso é grosseria e infantilidade.

REGRA Nº 49

Você não precisa adicionar pessoas da vida real, e elas não têm obrigação de te adicionar.

Ainda que situações sociais da vida real levem a certas imposições, a natureza personalizada da vida *on-line* não é amarrada a tais exigências. Não imponha, nem deixe que façam.

REGRA Nº 50

Todos têm direito de deixar de seguir.

Pode ser que as pessoas não queiram mais ver o que você compartilha em suas redes. Mesmo que isso possa parecer uma ofensa, o mais adequado é respeitar a escolha. Claro, você também é livre para seguir ou não.

REGRA Nº 51

Você é responsável pelo que comunica.

O que você diz na Internet é de sua responsabilidade, e isso inclui também curtidas, comentários e compartilhamentos que você faz. Mesmo que uma ação não produza um *post*, ele ainda pode ser demonstrado. Não existe uso isento.

REGRA Nº 52

Sua comunicação sugere sua identidade.

Comunicação é identidade. Se suas gírias, memes, piadas, referências e assuntos se parecem com os de um grupo, pensarão que você é parte dele. Se você não quer se parecer, não se comunique como ele. O oposto também é verdadeiro.

REGRA Nº 53

Mensagens prontas são bregas.

Seja para enviar um cumprimento no WhatsApp, ou enviar alguma resposta em redes sociais, esse tipo de *post* geralmente é entendido como de mau gosto, pode indicar falta de trato social, artificialidade e pouco comprometimento.

REGRA Nº 54

Ninguém é obrigado a desvendar o que você fala (e vice-versa).

Se a sua comunicação é dúbia, seja por erro de escrita ou por uma expressão pouco precisa, você não pode culpar os outros por má interpretação, dentro do razoável. Cuidado com o que diz. Ref.: regra 20.

REGRA Nº 55

Conversa longa é palestra, conversa curta pode ser grosseria.

Principalmente quando não há intimidade, conversas longas podem ser incômodas e até intimidadoras. Do mesmo modo, respostas curtas demais podem ser lidas como grosseria. Encontre um meio-termo.

REGRA Nº 56

Respeite o uso de *hashtags*.

Cada *hashtag* existe em um contexto e uso específico. Não tente forçar um novo uso e não tente se aproveitar da popularidade de uma *tag* a seu favor. Você não apenas atrapalha os outros, também passa impressão de desonestidade e até de abuso.

REGRA Nº 57

Não desmilite a militância alheia.

Sua causa não é mais importante ou urgente porque é para você, ou porque segue seus interesses. Não cobre as pessoas de participarem de campanhas sociopolíticas, nem reclame de apoio a bandeiras que você considera menores.

REGRA Nº 58

Pergunte antes de marcar alguém em algo.

Marcações devem ser feitas com permissão, em especial em posições de destaque em textos, ou marcações em fotos, mesmo que envolva a pessoa. Em comentários, a regra é mais flexível, mas não abuse. Para estranhos, evite.

REGRA Nº 59

Spam nunca é legal.

O motivo para as redes sociais punirem *spam* não é só por questões de segurança, mas também porque é chato. Então evite fazer, mesmo que seja algo que considere importante e até bem-intencionado. *Spam* por mensagens diretas é grosseria.

REGRA Nº 60

Seu nome de usuário pessoal é seu, e o dos outros é deles.

As pessoas podem escolher o nome que quiserem nas redes. Não queira pegar um nome dos outros, nem perturbá-los para ceder esse nome. Também não crie contas para segurar nomes de outras pessoas.

REGRA Nº 61

Direito de não gostar de um conteúdo não te dá direito de controlar o conteúdo.

Não perturbe usuários que compartilham conteúdo que você não gosta, nem faça denúncias indevidas ao sistema da rede em questão. Se não viola regras ou leis, paciência.

REGRA Nº 62

Seguidores e interações não indicam que algo ou alguém está certo ou melhor.

Não trate números de redes como um indicador moral ou de verdade para o que é indicado. No máximo, essas métricas indicam aprovação e relevância, mas mesmo assim são valores manipuláveis.

REGRA Nº 63

Leia as mensagens que você recebe, especialmente de trabalho.

Seja lá qual for sua frente de contato formalizada, não deixe de responder às pessoas. Você não precisa estar em todos canais existentes, mas comprometa-se com ao menos um. *E-mail* é o mais garantido.

REGRA Nº 64

Procure as pessoas onde elas estão.

Se você vai entrar em contato com alguém, geralmente é seu dever se adequar à frente de comunicação em que a pessoa está. Ou seja, se a pessoa não usa um canal, é pretensão demais esperar que ela esteja lá só para te atender.

REGRA Nº 65

Mesmo na Internet, tudo tem hora certa.

Não mande mensagens a qualquer hora. Trabalho apenas em horário comercial. No resto do tempo, atenção para o horário: sua mensagem pode gerar uma notificação inoportuna, então evite horários de sono e tenha atenção aos fusos.

REGRA Nº 66

Ninguém precisa te responder no tempo que você espera (nem se estiver *on-line*).

Não é porque está *on-line* que a pessoa deve responder a você na hora. Todos têm vidas que vão além do seu contato (*off-line* e *on-line*), e podem não estar dispostos a falar com você na hora.

REGRA Nº 67

Ninguém precisa responder no tempo que você espera (mas existem, sim, expectativas sociais).

Exigir um tempo de resposta na sua expectativa pode ser incômodo, sua régua não é a mesma de todos. Exceções ficam para demoras pouco práticas e contatos profissionais.

REGRA Nº 68

As pessoas têm direito de não ficar *on-line*.

Mesmo que a Internet seja importante para todos, cobrar que alguém esteja conectado dentro do que você considera horário adequado é rude. Isso também se aplica para aplicativos e redes que permitem esconder a presença.

REGRA Nº 69

Você não precisa ter redes sociais, mas as pessoas vão estranhar sua ausência.

A Internet é entendida como um ambiente de convivência. Mesmo que você não goste delas, as redes sociais se tornaram fator de expectativa social. Não ter perfil algum gera estranhamento.

REGRA Nº 70

Doxing não é legal (e pode ser crime).

Não revele dados de qualquer pessoa, especialmente se isso a colocar em risco de alguma forma. O ato de reunir informações públicas e compartilhá-las também é reprovável, porque pode incentivar atos de violência e exposição.

REGRA Nº 71

Cuidado com identidades falsas.

Passar-se por outra pessoa é crime. Não faça isso, não ajude outros a fazer, e denuncie os que encontrar. Perfis com pseudônimos para auto-preservação e/ou privacidade, desde que de uso não criminoso, são exceção. Ref.: regras 12 e 93.

REGRA Nº 72

Ninguém te deve interação, nem como retribuição.

Não é porque alguém está em uma rede que deve interagir com você. Mesmo que você tenha interagido com conteúdo dessa pessoa. É gentil retribuir, mas não é um compromisso.

REGRA Nº 73

Não existe pretexto para assédio, nem mesmo comportamento sexualizado.

Se uma pessoa compartilha conteúdo de teor sexual (ou que você entenda assim), isso não te dá direito a uma resposta desrespeitosa. Não existem condicionais para "proteção" contra assédio.

REGRA Nº 74

Sexting sem consentimento é assédio.

Mensagens de flerte não solicitadas são incômodas, principalmente se tiverem conteúdo sexual. Não envie fotos indevidas, não faça pedidos indevidos, não faça perguntas ou convites indiscretos.

REGRA Nº 75

Menores de idade continuam sendo menores de idade *on-line*.

Não é porque é *on-line* que não é pedofilia. Não aborde menores, não compartilhe conteúdo adulto, não fale de assuntos indevidos, e atenção com material indevido em ambientes mais abertos na Internet.

REGRA Nº 76

Não coloque as pessoas em grupos sem avisá-las.

Seja em redes sociais ou em aplicativos de mensagens, colocar uma pessoa em um grupo sem aviso ou pressioná-la para entrar é grosseria, pois força sobre ela um compromisso social e gera desconforto caso ela queira sair.

REGRA Nº 77

Se alguém compartilhou a privacidade com você, é apenas com você.

Perfil fechado ou opções de compartilhamento limitadas, em qualquer rede que seja, denotam desejo de privacidade. Se você tem o privilégio do acesso que foi negado a outros, violar isso é desrespeito.

REGRA Nº 78

Se um grupo é secreto, não fale sobre ele.

Não apenas o conteúdo do grupo não deve ser compartilhado, mas também sua existência. Mesmo que você tenha amigos em comum com a pessoa com quem você está falando, pode ser que exista uma boa razão para ela não estar lá.

REGRA Nº 79

Não é porque você achou na Internet que é de graça e livre para uso.

Por mais que a Internet seja cheia de coisas cuja autoria as pessoas desrespeitam, isso não quer dizer que você pode usar livremente, ainda mais se lucrar em cima. De novo, pode até ser crime.

REGRA Nº 80

Não compartilhe sem crédito (e não apague assinaturas).

Tudo bem você querer ser popular na Internet, mas não faça isso às custas dos outros sem creditá-los! Isso ainda é mais grave quando o que você copia é o ganha-pão de alguém. Respeite.

REGRA Nº 81

Ninguém é obrigado a te aturar.

Todos têm o direito de não querer seu comentário ou presença, e podem te bloquear ou banir. As redes ditam as regras. Os fóruns, *sites*, grupos e outros também. Entrar em contato com os outros é um privilégio que pode ser revogado.

REGRA Nº 82

Não insulte a aparência dos outros.

Já não é legal ficar falando mal da aparência dos outros, mas na Internet, que é um espaço mais público, é ainda pior. Tenha modos, não julgue e lembre-se: não há desculpa, incluindo não gostar de alguém e exposição do corpo.

REGRA Nº 83

Retweet/compartilhamento sem comentário é apoio.

Muitas redes permitem compartilhar conteúdo, permitindo comentários. Assim, qualquer compartilhamento sem comentário é entendido como adesão acrítica ao conteúdo citado. Se sua intenção não era concordar, não faça.

REGRA Nº 84

Quando você compartilha, você divulga.

Mesmo que queira expor, denunciar ou responder, lembre-se: o compartilhamento espalha a mensagem a novos públicos, afetando as pessoas ao seu redor. Pense bem nas consequências da sua abordagem (de divulgação simples a gatilhos).

REGRA Nº 85

Você representa e é representado pelo grupo com que se identifica como parte.

Se você faz parte ou se identifica como parte de um grupo onde há conteúdo que reprova, e você continua ali, você é cúmplice. Do mesmo modo, sua má conduta reflete nos seus semelhantes.

REGRA Nº 86

Você não representa a empresa que trabalha se não falar por ela, mas ainda pega mal para ela.

Se você faz algo reprovável e coloca sua imagem ligada à da sua empresa, as consequências podem atingir seu trabalho. Do mesmo modo, empregadores estão de olho.

REGRA Nº 87

As bandeiras, símbolos, siglas e *hashtags* que você usar no seu perfil estão sujeitas à interpretação de todos.

Não interessa se o significado que você queria que tivesse era outro: a simbologia em nomes, fotos, mensagens e *hashtags* vai além do que você quer que signifique.

REGRA Nº 88

A Internet não entende sarcasmo e ironia.

Se sua mensagem for ironicamente preconceituosa ou criminosa de qualquer forma, ela não vai ser entendida como tal. Evite ao máximo o sarcasmo e a ironia que não forem óbvias e, ainda que sejam óbvias, pense duas vezes.

REGRA Nº 89

Sarcasmo, ironia ou humor não são desculpas para falar o que quiser.

Não só porque não há entendimento de sarcasmo/ironia ou tom, mas porque a brincadeira continuará tendo o efeito da mensagem séria. É por isso que *troll*s escolhem essa rota. Não há “foi só piada”.

REGRA Nº 90

Chamar algo de meme não torna o que foi dito respeitável, aceitável ou legalizado.

“É meme”, assim como “é irônico”, não é uma boa defesa. E não é porque está em formato de meme que algo deixa de ser ruim, por mais que você tente. “*Shitpost*” também não é defesa.

REGRA Nº 91

Não compartilhe material prejudicial.

Não compartilhe dados vazados, fotos íntimas, material apoiando violência ou ódio, incentivo a outros tipos de crime, vídeos e fotos de violência e morte, ou material preconceituoso. Parece repetitivo e óbvio, mas vale lembrar.

REGRA Nº 92

Pode avaliar como quiser, desde que não viole regras.

Redes sociais e *sites* permitem avaliações de negócios, filmes, livros, séries e produtos. Você é livre para avaliar, mas lembre-se de que também é preciso ter civilidade nesses ambientes. Regras sempre existem.

REGRA Nº 93

Você pode criar perfis pessoais alternativos, mas não pode impedir que isso seja suspeito.

O senso comum dita que quem tem mais de uma conta em uma rede está escondendo algo, mesmo que não exista má intenção. Exceção, claro, para perfis profissionais e artísticos.

REGRA Nº 94

Todo mundo gosta de memes, mas não abuse.

Ainda que sejam utilizáveis nas mais diversas situações, memes, seja como mensagens de reação ou não, tal como piadas, têm hora e lugar para serem usados. Contexto e bom senso ajudam na hora de determinar.

REGRA Nº 95

Tudo é político, mas política na hora errada é chato.

A Internet é forte para conversas e campanhas políticas, mas, se o que está sendo tratado não tem relação direta, você parecerá uma pessoa chata. Não milite na hora e no lugar errados, nem contra, nem a favor.

REGRA Nº 96

Existe uma diferença entre linchamento e denúncia.

Criticar, mostrar algo de errado que foi feito, divulgar um problema, tudo isso é aceitável. Revelar dados que colocam alguém em risco, incentivar violência e perseguir já são coisas bem diferentes.

REGRA Nº 97

Em ligações por vídeo, a câmera diz algo.

Existem diferentes convenções: alguns pensam que câmera fechada indica desinteresse, outros são indiferentes. Se possível, verifique qual a regra no contexto e tente acompanhar a câmera aberta ou fechada de seu interlocutor.

REGRA Nº 98

Atraso *on-line* também é atraso.

Não é porque você está na Internet que as convenções sociais sobre atraso não existem. Seja para uma ligação, reunião, *live*, promessa de divulgação de conteúdo ou qualquer outra coisa, honre o compromisso de horário.

REGRA Nº 99

Se você puder ser acessível, faça esse esforço.

Hoje, várias redes oferecem a chance de descrever imagens e legendar vídeos para quem precisa desses recursos. Fazer isso sempre que possível vai além de simples cortesia. Boa escrita também ajuda para esse fim.

REGRA Nº 100

Respeite a identidade alheia.

Se alguém se apresenta com um nome, chame por esse nome. Se especificar pronomes, use-os. Alguns usuários colocam em suas bios em redes sociais. Respeitar isso é básico. Não é difícil de fazer, e resistir a isso é mesquinharia.

REGRA Nº 101

Ninguém usa a Internet exatamente como você.

A experiência de cada pessoa na Internet, assim como na vida em geral, é única. Tente não levar o que você sabe e faz na Internet como pressuposto, tenha abertura para o diferente. Você pode até acabar aprendendo algo.

SUPLEMENTO - GLOSSÁRIO DE TERMOS DAS REDES SOCIAIS

Teve alguma dúvida em algum dos termos utilizados neste livro ou em suas andanças pela Internet? É só conferir aqui para encontrar as expressões mais importantes para sua sobrevivência. Este glossário não pretende ser uma lista exaustiva de terminologia da Internet, atendo-se somente ao que foi abordado dentro destas páginas; caso contrário, este espaço seria maior do que o resto do livro. Alguns termos abaixo não foram usados nas regras, mas foram expostos para melhor apreciação deles e dos termos referentes ao universo de significados aqui trabalhados.

Para cada verbete, há um exemplo aplicado em uma frase prática. O objetivo é facilitar a compreensão do termo de modo contextualizado.

Adicionar: Ato de adicionar o usuário à lista de amigos, dependendo da rede, permitindo que o usuário veja o conteúdo que você publica e vice-versa, e até mesmo permitindo a interação com conteúdos de acesso limitado. Em algumas redes, é sinônimo de "seguir". (Ex.: "Adicionei essa pessoa ontem, agora só ficam aparecendo essas fotos de gato na minha linha do tempo.")

Áudio: No contexto de aplicativos de mensagens e redes sociais, é sinônimo de "mensagem de voz". (Ex.: "Vou mandar um áudio explicando tudo, que é mais fácil.")

Bio: Refere-se à parte de cada perfil de redes sociais onde o usuário em questão consegue preencher alguma descrição sobre si, localização, assim como, geralmente, um link complementar a seu respeito. Algumas pessoas a utilizam para detalhes como gênero, pronomes, orientação, posicionamento político, religioso, filosófico, comportamental, ou mesmo adesão a grupos diversos, incluindo bases de fãs de entretenimento. (Ex.: "Atualizei minha bio com meu trabalho novo e coloquei um link para meus projetos.")

Blog (ou blogue em português): Contração dos termos "web" (do inglês, "rede") e "log" ("diário", "registro"), denomina estilos de *sites* e plataformas voltados para compartilhamento de textos longos. Em sua origem, implicitamente levava uma característica mais pessoal, mas o formato evoluiu para aceitar temas e abordagens diversas. (Ex.: "Eu tinha um *blog* sobre bobagens da Internet na época da faculdade.")

BBS (do inglês, "*Bulleting Board System*"): Sistema de fóruns de mensagens e troca de arquivos mais usado nos primórdios da Internet, populares nos anos 1990. Não confundir com a gíria de Internet "bbs", grafia abreviada de "bebês". (Ex.: "Eu me lembro de quando levei horas para baixar um arquivo com a música da abertura de 'Thundercats' de uma BBS cheia de porcarias do tipo.")

Biscoitar (ou pedir biscoito): Significa pedir atenção nas redes sociais, geralmente compartilhando fotos próprias para ganhar *likes* e comentários com elogios. (Ex.: "O Rapha é um biscoiteiro mesmo! Fica todo dia postando alguma foto!")

Biscoito: Um pedido de atenção, geralmente através de uma foto do rosto ou do corpo ou, alternativamente, a atenção dada a quem pede atenção. O termo deriva da reclamação popular de quem faz tal tipo de coisa, equivalendo a atenção à entrega de um biscoito para uma criança ou cachorro. Veja "Biscoitar". (Ex.: "Quer biscoito? Toma biscoito.")

***Block*/Bloquear:** Ato de impossibilitar outro usuário de interagir com o seu conteúdo e, geralmente, até mesmo de encontrar seu perfil. Diferentes redes contam com diferentes funções de bloqueio, deixando mais ou menos claro que isso ocorreu. Diferente de "silenciar", ainda que algumas funções sejam similares. (Ex.: "Levei *block* daquele político porque fui cobrar uma resposta dele sobre aquela acusação.")

Câmera aberta: Sinônimo de "câmera ligada". No contexto de ligações por vídeo, em especial reuniões *on-line*, refere-se ao momento em que um usuário permite que a imagem de sua câmera seja transmitida. Antônimo: câmera fechada. (Ex: "Nós sempre tentamos manter a câmera aberta na reunião, porque os clientes se sentem mais à vontade assim.")

Câmera fechada: Sinônimo de "câmera desligada". No contexto de ligações por vídeo, em especial reuniões *on-line*, refere-se ao momento em que um usuário NÃO permite que a imagem de sua câmera seja transmitida. Antônimo: "câmera aberta". (Ex.: "A cliente ficou com a câmera fechada o tempo todo e não falou nada. Tenho certeza de que ela estava aproveitando o tempo da reunião para ficar respondendo *e-mails*!")

Cancelar/Cancelamento: Termo usado quando alguém é reprovado *on-line* por algum comportamento que teve. Pode se referir a situações pequenas e ser sinônimo de reprovação social básica, mas, geralmente, quando empregado no significado mais amplo, refere-se a um movimento social intenso e implica resposta igualmente intensa, recorrente e por múltiplos indivíduos, com possibilidade de boicote e pressão social para patrocinadores, parceiros de negócios, canais de mídia, entre outros que possam estar correlatos à pessoa em questão. Geralmente é acompanhado de um "*exposed*", mas não necessariamente. Também é um termo usado quando pessoas que fazem algo de errado querem se vitimizar e evitar consequências de seus atos. (Ex.: "Ele

reclamou da 'cultura do cancelamento' porque falou coisas racistas e tentou minimizar o que fez. Além de racista, é covarde.")

Caracteres (ou "toques"): Refere-se a cada letra, símbolo ou número digitado. Referido genericamente, para uso na Internet, espaços também entram na conta. (Ex.: "O Twitter, hoje em dia, permite mensagens de 280 caracteres com espaços.")

***Catfish*:** Atividade *on-line* em que uma pessoa assume uma identidade falsa ou ficcional em uma rede social, geralmente para enganar uma vítima específica para ganho financeiro, chantagem, ataques, entre outros motivos. O título deriva de um documentário de 2010 com o mesmo nome, e foi aproveitado por séries de televisão posteriores. A referência é ao bagre ("peixe-gato"), a partir de um mito popular que dizia que bagres eram colocados com bacalhaus em tanques, pois garantiriam que os bacalhaus se mantivessem ativos e, portanto, com melhor qualidade quando chegassem a seus destinos. (Ex.: "Ela fez um *catfish* com o namorado para ter provas de que ele estava dando em cima de mulheres na Internet.")

Comentar/Comentário: No contexto de redes sociais, ato de deixar uma mensagem (geralmente curta, mas de tamanho variável de acordo com o sistema em questão) em um conteúdo compartilhado em redes sociais por outro perfil. Tradicionalmente, refere-se também às caixas de comentários presentes no fim de *posts* de *blogs*, notícias e similares. (Ex.: "Ela é chata demais, acredita que deixou um comentário fazendo propaganda política até em um *post* de receita de bolo de chocolate?")

Compartilhamento/Compartilhar: No contexto de redes sociais, refere-se ao ato de usar a função de "compartilhamento", ou "*share*" para reproduzir um conteúdo que já existe, podendo ou não fazê-lo adicionando algum comentário. No Twitter, o termo "*retweet*" é empregado. O termo "compartilhar" também pode se referir ao simples ato de fazer um *post* quando a frase empregada é "compartilhar conteúdo", em oposição a "compartilhar o conteúdo de outra página", ou "fazer um compartilhamento". (Ex.: "Aqueles perfis robôs ficam o dia inteiro fazendo compartilhamento do mesmo conteúdo. Se não postam por conta própria o material re-

petido, compartilham o que outro já colocou na linha do tempo.")

Conteúdo: Termo genérico para material disponibilizado na Internet. Amplamente, pensa-se em texto, fotos ou vídeos, mas trabalha-se combinações desses e diferentes aplicações em cada rede social, sem falar em formatos de *site* e aplicativos de mensagens. (Ex.: "Estou cansado de ter que me tornar um gerador de conteúdo para conseguir divulgar meus livros.")

Curtida/Curtir: Função comum a diversas redes sociais que indica apreciação do conteúdo compartilhado. Também pode indicar concordância, respeito, ou um simples reconhecimento da existência do conteúdo e de sua leitura. Indicado, em casos, pelo símbolo de um coração, também pode ser chamado de "*like*". No contexto de Facebook, hoje a função é chamada de "Reação" ou "*Reaction*". (Ex.: "Tem gente que começa a seguir e curte umas três fotos como sinal de que está interessado na outra pessoa.")

***Desktop*:** Área de trabalho do computador de mesa ou do *notebook*, o que você geral-

mente vê quando liga o dispositivo. Também pode designar um computador de mesa, se colocado em oposição a um *notebook*. Também, do mesmo modo, pode se referir a qualquer categoria de computador, se comparado com dispositivos móveis (tablets e celulares). Por associação, na descrição de aplicativos, denomina a versão para computadores em oposição às de *smartphones*. (Ex.: "O aplicativo de estudo de línguas também está disponível em versão *desktop*! Eu já baixei para você e fiz *login* na sua conta, tá? É só clicar naquele item ali no *desktop*. Isso, na área de trabalho.")

DM: Sigla para "*Direct Message*", ou "Mensagem Direta". Refere-se a, como o nome sugere, mensagens enviadas diretamente entre usuários, em oposição a mensagens públicas. Geralmente são trocadas entre dois usuários. O termo é mais usado para o Instagram e para o Twitter, mas o formato não é exclusivo das duas redes. (Ex.: "Ele chegou com uma conversa estranha na DM e queria que eu clicasse em um link suspeito. Já meti um *block* logo e decidi nem me desgastar.")

Doxing (ou *doxxing*): Termo derivado de uma alteração da palavra "docs", de "documentos",

refere-se à prática de pesquisar e disponibilizar dados privados de um indivíduo ou organização. Muitas vezes, vazam-se endereços, o que leva a uma situação de preocupação com a segurança da pessoa afetada, bem como dados de cartão de crédito e outros que podem gerar problemas graves. (Ex.: "Aquele *troll* tentou fazer *doxxing* comigo, mas só achou dados que eu já disponibilizava abertamente. Era um amador.")

***Emoji*:** Termo derivado do japonês "e" (絵 "imagem") + "moji" (文字 "letra"), significa literalmente "pictograma". Trata-se de uma coleção de símbolos, expressões, ideogramas, palavras e outros que é adotada amplamente por diferentes sistemas de redes sociais e integrada a teclados para facilitar e expandir as possibilidades de comunicação na Internet. Derivado de "emoticons". Não confundir com "*stickers*" ou "figurinhas". (Ex.: "Eu odeio quando ela me manda aquele *emoji* que parece um sorriso sem alma.")

Emoticon: Contração da expressão em inglês "*Emotion icon*" ("ícone de emoção"), trata-se da representação pictórica de uma expressão facial através de caracteres, refle-

tindo o tom de uma mensagem ou o humor de quem está se comunicando. A criação dos emoticons é atribuída ao estadunidense Scott Fahlman, e influenciou amplamente a comunicação na Internet e fora dela, inspirando especialmente os *emojis*. Alguns exemplos clássicos são as expressões ":-)" e ":-(", simplificadas depois para omitir o traço do nariz. (Ex.: "Eu adoro *emojis*, mas não consigo deixar de usar uns emoticons digitados. Sou das antigas.")

***Exposed*:** Expressão popular derivada do inglês, cujo significado aproximado é "exposto", referindo-se, no contexto de Internet, ao momento em que alguém tem algum comportamento tido como reprovável exposto publicamente, geralmente com *print*s de conversas ou outros elementos que corroborem a história. No geral, a expressão abrange desde vazamento de conversas constrangedoras e picuinhas sociais leves até situações criminalmente comprometedoras. Não confundir com "*doxing*", "cancelamento" (ainda que os dois possam estar ligados) ou com o vazamento de *nudes*. (Ex.: "Rolou um *exposed* daquele executivo, aí todo mundo que tinha

algum podre pra contar sobre ele foi lá complementar.")

Fechar a conta: Ato de bloquear parcial ou totalmente o acesso a uma conta em redes sociais, com exceção para usuários que estejam na lista de amigos. Ato comum no Twitter e no Instagram, mas pode ocorrer em redes como o Facebook mediante certas configurações de segurança e de compartilhamento de conteúdo. Pode também ser chamado de "trancar a conta". No geral, também pode se referir ao ato de encerrar ou desabilitar temporariamente uma conta de rede social, com a diferença ficando no uso contextual da expressão. Não confundir com "bloquear". (Ex.: "Em vez de fechar a conta para sempre, sugeri que ela fechasse para que só quem estivesse na lista de amigos pudesse ver.")

Figurinha: No contexto de Internet, refere-se a imagens prontas, facilitadas para inserção em aplicativos de mensagens como o WhatsApp, o Telegram ou o Facebook Messenger, entre outros, usadas para comunicação rápida, especialmente de fundo humorístico, mas não exclusivamente. Em inglês, "*stickers*" ("adesi-

vos”). (Ex.: “Grazi adora figurinhas e sempre me manda algumas ótimas lá no WhatsApp.”)

Fio: No Twitter, refere-se a uma sequência de *tweets* encadeados, feitos por um mesmo usuário, geralmente sobre o mesmo assunto. Expressões como “segue o fio”, o *emoji* de novelo ou marcadores de contagem são clichês comuns para uso do formato. Em inglês, “*thread*”. (Ex.: “Fiz um fio sobre a creche de cães vizinha do meu prédio e foi um sucesso!”)

Gatilho: Refere-se a temas ou expressões que podem causar forte reação psicológica. No geral, remetem a contextos violentos, criminosos e persecutórios, mas em alguns contextos podem indicar desconfortos temáticos diversos. Indicados muitas vezes como meios para filtragem de navegação, a partir de indicação de temas sensíveis. Comumente usado com a expressão “alerta de gatilho”. Em inglês, “*trigger*”. (Ex.: “Aquele perfil de crimes sempre especifica avisos de gatilhos no começo de cada *post*.”)

***Hashtag*:** Palavra-chave relevante a um ou mais tópicos, utilizada como caracterizador

ou indexador para busca, geralmente indicada pelo símbolo de cerquilha, vulgo "jogo da velha" ("#"). Pode ser uma única palavra, ou um conjunto, publicado sem espaços. (Ex.: "Caso você queira compartilhar algo do meu livro nas suas redes sociais, use a *hashtag* #PequenoGuiaDeEtiqueta.")

Hate: Literalmente "ódio", em inglês. No contexto de Internet, refere-se a expressões de ódio, geralmente contra outras pessoas. Ainda que não necessariamente criminosas, geralmente são críticas que soam exageradas, ou colocadas sem contexto, apenas para incomodar ou mesmo prejudicar a pessoa que é alvo. Usado popularmente junto de verbos como "jogar", "lançar" e similares. Veja também "*hater*". (Ex.: "Foi só ele postar sobre a música nova que já apareceu gente nas *replies* pra jogar hate.")

***Hater*:** Do inglês, literalmente um "odiador", usuário que fica criticando, xingando ou expressando ódio de alguma outra forma, com ou sem contexto para tal. Considera-se, por essência, que o *hater* mostra um comportamento exagerado quando odeia e sem justificativa direta com o que está acontecendo, em

oposição a apenas ser crítico, mas em muitos casos o termo é empregado para qualquer crítica que possa surgir. Veja também "hate". (Ex.: "Não entendi, você é fã ou *hater*?")

Interações/Interações sociais: Refere-se às funções padrão de interação em redes sociais. Geralmente, são três: curtidas/reações, comentários e compartilhamentos. Em algumas redes, existem variações. (Ex.: "Você viu? Ela acumulou mais de um milhão de interações naquele *post* do livro novo!")

Like**:** O mesmo que "curtida" ou "curtir". (Ex.: "O ex dela fica dando *like* em tudo que ela posta.")

Linha do tempo: Refere-se à disposição de conteúdo em sequência que é a visualização padrão da maior parte das redes sociais. Também pode designar a sequência histórica de conteúdo de um único usuário. Em inglês, "*timeline*", que pode ser encurtado para "tl". (Ex.: "Hoje em dia, as redes estão tão estranhas que quase não vejo meus amigos na minha linha do tempo, só vejo anúncios.")

Link: Do inglês, "ligação". Refere-se a um endereçamento que leva a outro "lugar" na Internet, seja um *site*, área de um aplicativo, função de envio de *e-mail* etc. Antigamente também chamado de "hyperlink". (Ex.: "Cuidado com os links suspeitos que as pessoas te mandam no WhatsApp!")

***Live*:** No contexto de Internet, lê-se "láive", não "líve", e deriva da expressão em inglês "*live transmission*" ("transmissão ao vivo"). Denomina transmissões em vídeo feitas geralmente em redes sociais como o Instagram ou o YouTube, mas possíveis em basicamente todas as outras, além de plataformas dedicadas e/ou compartilhadas em *sites*. (Ex.: "Durante a pandemia, todo dia tinha algum artista fazendo *live*, já que ninguém conseguia sair para ir em algum show.")

***Login*:** Ato de se conectar a uma rede social ou *site*, geralmente com um perfil identificado com um nome de usuário único e senha. Como substantivo, pode denominar tanto o nome de usuário ou *e-mail* usado para fazer esse acesso quanto o ato dessa conexão. Em inglês, pode ser usado como verbo, e há quem use o neologismo "logar" em portu-

guês. Antônimo: *logout*. (Ex.: "Meu *login* para essa rede é o mesmo *e-mail* pessoal que uso desde criança. Por isso, evito logar em público, porque ele é muito ridículo.")

***Logout*:** Ato de se desconectar de uma rede social ou *site*. Antônimo: *login*. (Ex.: "Não se esqueça de fazer *logout* do seu *e-mail*, depois de usá-lo em algum computador que não é o seu.")

Meme: Termo criado por Richard Dawkins no seu livro "O gene egoísta", referindo-se à unidade mínima possível da memória. No contexto da Internet, é uma mensagem em qualquer um dos formatos viáveis de comunicação (mas geralmente imagem, texto ou uma combinação dos dois) com viés humorístico, de consumo rápido e fácil reprodução. A definição e a exemplificação se tornam cada vez mais amplas conforme novos formatos e evoluções se acumulam. (Ex.: "Aquele meme se refere a seis outros mais antigos, então ele faz muito pouco sentido para quem passa pouco tempo na Internet.")

Mensagem(ns) Direta(s): O mesmo que DM. (Ex.: "Quer saber mais? Me manda uma mensagem direta que eu te passo o link!")

Motoboy de treta: Nome dado àquele usuário que, vendo alguém ser mencionado em alguma crítica, compartilha o conteúdo com o outro, ou o marca na conversa. Esse, geralmente, não o faz para prejudicar aquele que está criticando, mas precisamente porque concorda com a crítica e quer que ela atinja o alvo necessário, ignorando que, se originalmente não houve a citação, era porque não queria que o criticado fizesse parte da discussão. Ocasionalmente, o motoboy de treta também pode apenas desejar a confusão, sem necessariamente tomar partido de um dos dois, ou mesmo estar a favor do criticado e querer que ele tome alguma atitude para prejudicar quem o criticou. (Ex.: "Aquele cara sempre curte meus comentários sobre política, mas é só eu citar alguém por nome que ele vai lá e marca a pessoa. Não entendo se ele é fã ou *hater*.")

Nome de usuário: Veja "usuário". (Ex.: "Meu nome de usuário no Instagram é diferente do que uso no Twitter.")

***Nude*:** Refere-se a fotos (e ocasionalmente vídeos) caseiras contendo nudez, geralmente trocados entre pessoas em relacionamentos ou mesmo em flertes. Ocasionalmente, podem ser comercializados, mas o termo é menos usado nesse contexto. Plural "*nudes*". (Ex.: "Ele pediu para as seguidoras mandarem *nudes* como presente de aniversário e, para a surpresa dele, deu certo!")

Off-line (ou *offline*): Que não está conectado à Internet, ou que se refere a algo que existe do mundo fora da Internet. Antônimo: *on-line*. (Ex.: "Tenho muitos amigos *off-line*, mas minhas amizades mais verdadeiras estão na Internet.")

On-line (ou *online*): Que está conectado à Internet, ou que se refere a algo que existe nela. Antônimo: *off-line*. (Ex.: "Ele está disponibilizando todos esses livros *on-line*, para facilitar nossas aulas.")

Perfil/Perfis: Termo genérico para a conta de um usuário. Geralmente, um perfil pode ser composto por uma página de usuário com sua linha do tempo e informações complementares, dependendo da plataforma de

rede social em questão. (Ex.: "Eu fechei meu perfil no Facebook, já não usava faz tempo.")

***Podcast*:** Programa de áudio disponibilizado na Internet, podendo ter apoio de vídeo através da gravação do momento da captura. Na referência popular, mensagens de áudio longas são comparadas a esse tipo de programa. (Ex.: "O Rodrigo manda áudio demais! Se eu quisesse ouvir *podcast*, eu não estava no WhatsApp!")

***Post*/Postagem/Postar:** "*Post*" (ou "Postagem") se refere genericamente a qualquer conteúdo disponibilizado publicamente em uma rede social. Uma mensagem privada ou em um grupo não recebe esse nome, mas textos, imagens, vídeos e ocasionalmente até mesmo gravações de áudio podem ser referenciadas de tal forma. Comumente utiliza-se "postar" como um verbo. Pode ser sinônimo de "compartilhar" no contexto de disponibilização de conteúdo. Sinônimos para "*post*" e "postar" podem ser, respectivamente, "publicação" e "publicar". (Ex.: "Tudo bem que eu fico postando no Twitter o dia inteiro, mas cada *post* é curtinho, não dá trabalho.")

***Print*/Printar:** Termo em inglês, deriva do conceito de "imprimir". Na Internet, ato de capturar uma imagem de alguma tela, tanto no celular quanto no computador. "*Print*" também denomina a imagem capturada em si. (Ex.: "Ontem ficamos rindo de *print*s engraçados de conversas de WhatsApp.")

Publicação/Publicar: No contexto de rede social, refere-se a um conteúdo disponibilizado em uma linha do tempo, ou ao ato de fazê-la. Sinônimo de "*post*". (Ex.: "Tanto as marcas quanto várias celebridades possuem times contratados para gerenciar a publicação de conteúdo em suas redes sociais.")

Reação: No contexto de um vídeo, o mesmo que "*react*". No contexto de redes sociais, especialmente o Facebook, o mesmo que "*reaction*". (Ex.: "A maior parte das reações ao vídeo de reação dele foi de raiva.")

React: Denomina vídeos em que usuários reagem, supostamente em tempo real e sem experiência anterior, a outros vídeos e/ou itens de entretenimento, como filmes, séries, músicas etc. Pode ser denominado também "vídeo de reação" ou "*reaction video*". Não

confundir com "*reaction*" no contexto de redes sociais. (Ex.: "Ele fez um *react* daquele filme de herói novo.")

Reaction: Significa "reação", e geralmente denomina as opções de "curtir" do Facebook, bem como do LinkedIn e outras redes, que são baseadas em diferentes sentimentos. Pode também denominar opções de reação a *posts* disponíveis em sistemas de mensagens como a DM do Twitter, Instagram, e mensageiros como o WhatsApp. (Ex.: "Todo mundo ficou colocando o *react* de raiva naquele *post* de política que ele fez.")

Redes: Jeito mais curto de dizer "redes sociais". Em alguns contextos, pode se referir à Internet como um todo, não se limitando a essas plataformas. (Ex.: "Os jornais ficam acompanhando as redes para encontrar pautas relevantes.")

Reply: Literalmente "resposta". Refere-se ao ato de responder a uma mensagem, geralmente no contexto do Twitter, mas também pode se referir à mensagem em si. Plural "*replies*". (Ex.: "O *tweet* original era terrível, mas fui ver as *replies*, e elas eram piores.")

***Retweet*/RT:** Função nativa do Twitter que permite reproduzir uma mensagem de outro usuário em sua própria linha do tempo, de modo similar, mas não idêntico, ao "compartilhamento" visto em redes como o Facebook. Originalmente, o RT era feito com cópia do texto e menção do perfil original, até ser integrado como funcionalidade própria. Assim, o material replicado ganha maior alcance, sendo exibido para os seguidores do usuário que o fez, de modo que popularmente entende-se que um *retweet* é um meio de divulgação e apoio. (Ex.: "Estou com um projeto novo em financiamento coletivo, e quem puder dar um RT vai me ajudar muito!")

Seguir: Em algumas redes, sinônimo de "adicionar", mas em casos pontuais significa apenas acompanhar o conteúdo, sem necessariamente uma retribuição no mesmo contato. Cada vez mais, esse estilo distanciado e não necessariamente recíproco é o padrão das redes sociais. (Ex.: "Comecei a seguir uns influenciadores locais para encontrar mais restaurantes para conhecer aqui na cidade.")

Sexting: Contração dos termos em inglês "sex" ("sexo") e "texting" ("enviar/trocar

mensagens de texto"). Ato de compartilhar mensagens de teor adulto com uma pessoa com quem você flerta ou se relaciona, geralmente com referência direta a atos sexuais. Normalmente, utilizam-se mensageiros privados para esse tipo de comunicação. (Ex.: "Em vez de prestar atenção na aula, ele fica *sexting* com a namorada.")

Share: Nome anglófono da função de compartilhamento, geralmente em redes sociais. (Ex.: "Cuidado aí pra não dar *share* em notícia falsa, hein?")

***Shitpost/Shitposting*:** Expressão popular para um *post* propositalmente de baixa qualidade, por vezes sem sentido ou com humor duvidoso e até ofensivo. O ato de compartilhar conteúdo desse tipo é chamado de "*shitpost*ing". Geralmente *troll*s podem fazer uso de *shitpost*, mas nem todo usuário que o faz ("*shitposter*") é um *troll*. (Ex.: "Meu chefe encontrou meu Twitter e todos meus *shitpost*s, aí tô com medo de perder o emprego.")

Silenciar: Função presente em algumas redes sociais, mas mais comum no Twitter, permite que um usuário opte por não ver quaisquer

mensagens produzidas por um usuário ou correlatas a algum tema. Diferente do *block*, o acesso do outro usuário a quem silencia não é limitado. (Ex.: "Acabei silenciando aquele meu primo que só fala de novela coreana.")

Smartphone: Aparelho celular que permite a utilização de mais funções além de ligações e mensagens, como o acesso à Internet, o uso de apps etc. Por questão de evolução tecnológica, se tornaram o padrão de dispositivos do tipo, de modo que hoje a expressão é sinônima de "celular". (Ex.: "Baixe agora mesmo o aplicativo para o seu *smartphone* e faça todas as suas transações bancárias com facilidade.")

Spam: Termo que denomina a prática de enviar mensagens não solicitadas por meios eletrônicos, e também denomina a própria mensagem em questão. O termo é referente a uma carne enlatada de mesmo nome, referenciada em um esquete do programa de humor inglês "Monty Python's Flying Circus". Originalmente, era limitado a *e-mails*, mas depois passou a abranger outras mensagens em redes sociais, assim como comentários, *replies* e os próprios *posts* que tenham tal tipo de conteúdo. Tradicionalmente se refere a pro-

pagandas e golpes, mas pode denominar qualquer tipo de mensagem repetida para qualquer fim, inclusive para tentativas de bullying. (Ex.: "Eles ficam fazendo *spam* daqueles vídeos de K-pop em todos os comentários para subir o número de visualizações!")

Sticker: No contexto de Internet, o mesmo que "figurinha". Termo em inglês para "adesivo". (Ex: "Os *stickers* prontos da galeria do WhatsApp não são tão legais quanto os que as pessoas criam e compartilham.")

Termos e condições: Refere-se a termos e condições de uso para serviços *on-line* e redes sociais. Normalmente, trata-se de um texto jurídico explicitando os direitos e deveres de cada uma das partes na utilização da ferramenta em questão, e o uso só é permitido a partir do aceite explícito ou implícito dessas condições, variando conforme o caso. (Ex.: "Antes de continuar, clique na caixa abaixo para indicar que você aceita os termos e condições de uso.")

Thread: No Twitter, o mesmo que "fio". Em outras redes como o Reddit, bem como *sites* de fóruns mais tradicionais da Internet, refe-

re-se a uma sequência de conversa temática de um mesmo assunto, com colaboração de diferentes autores, dentro de um tópico específico. (Ex.: "Fizeram uma *thread* sobre recomendações de sorveterias, e aí eu descobri várias opções aqui na cidade.")

Timeline: O mesmo que "linha do tempo". Pode ser encurtado para "tl". (Ex.: "A *timeline* do Instagram está cada vez pior.")

Trancar a conta: O mesmo que "fechar a conta", no contexto de compartilhamento de informações. (Ex.: "Como a conta dela é trancada, não consegui ver o comentário quando ela compartilhou o meu *tweet*.")

Treta: Sinônimo de "briga" ou "discussão". Termo genérico para qualquer conflito entre diferentes usuários. (Ex.: "Ontem a *timeline* ficou o dia inteiro ocupada com a treta sobre bolacha versus biscoito.")

Trigger: O mesmo que "gatilho". Geralmente surge no contexto de "*trigger warning*" ("aviso de gatilho"), resumido pelo termo "TW". (Ex.: "Algumas pessoas aplicam filtros de con-

teúdo para evitar *trigger*s quando usam redes sociais.")

***Troll*/Trollagem/Trollar:** O *troll* (ou "trol") é um usuário que compartilha conteúdo focado em causar discórdia na própria *timeline* ou engajando com outros usuários. Ele pode ou não realmente defender uma causa, e pode ou não se utilizar de *shitpost*. Na gíria de Internet, o ato de enganar um usuário pode ser denominado "*troll*ar" ou "trolar", e a mentira e o conteúdo em questão são uma "trolagem" ou "trollagem". (Ex.: "Não alimente os *troll*s, quanto mais atenção você der para eles, mais eles vão falar.")

***Tweet*/Tweetar/Tuitar/Tuíte:** Mensagem padrão para comunicação no Twitter, com limite de texto de 280 caracteres com espaços (certos caracteres especiais contam como mais), podendo ser acompanhada de imagens, vídeos, links ou enquetes. O ato de fazer um *tweet* é popularmente chamado de "tuitar". (Ex.: "Ela tuíta qualquer bobagem que surge na cabeça. Você vai ver o histórico, e são centenas de *tweet*s sobre o dia a dia dela.")

Usuário: Diz-se da pessoa que usa uma rede social. Também é o nome padrão para se referir a uma pessoa que está acessando uma rede social. O acesso é geralmente feito com um nome específico, que pode ou não ser indicado por um "@". (Ex.: "Eu não consigo acompanhar a velocidade dos usuários do Twitter.")

SOBRE O AUTOR

Nascido em São Paulo/SP, formado em Comunicação Social pela ESPM-SP, Rodrigo Ortiz Vinholo trabalha com a Internet em diferentes formas desde que tinha cerca de 16 anos, o que dá a ele quase 20 anos de experiência profissional nessa terra digital estranha. Como usuário, porém, o número sobe para cerca de 30 anos: ele usa a Internet desde meados dos anos 1990, começando com coisas hoje obscuras como BBSs, e já viu incontáveis *sites* e redes sociais nascerem e morrerem, como lágrimas na chuva. Quando ele chegou aqui, isso tudo era mato.

Ele está em praticamente todas as redes sociais. Você pode encontrar links para a maior parte delas, bem como para outras coisas dele, neste link: https://linktr.ee/rodrigoortizvinholo

No resto do tempo em que não está trabalhando com publicidade (e quase sempre com alguma coisa ligada à

Internet), entre várias outras atividades, Rodrigo é um escritor, geralmente de ficção. É autor dos livros "Você está em seu quarto" (2014), "A 17ª visita" (2016), "Dito pelo não dito" (2017, Insensati), "O corpo" (2017, Lendari), "Sinônimo de rancor" (2018), "Os dias em que Rubia viveu no futuro" (2019, Lendari), "33" (2020, Casa Literária), "Poemas chatos para pessoas ruins" (2020, Darda Editora), "O cinza do pôr do Sol" (2021, Lendari), "O casulo de Greta Otto" (2022, Arkanus) e "Marinheiro só" (2022). É cocriador do "Tarot Insensati" (2018, Insensati). No mundo dos quadrinhos, é coautor de "Destinos de Tarot: Dom Quixote" (2021, Insensati), "OPArt" (2021, Romaria Comics), e desde 2020 publica a *webcomic* "Caóticas neutras" com Mari Rolin no portal Tapas (também disponível em inglês como "Chaotic Neutral"). Já ganhou alguns prêmios literários, foi finalista em outros e já participou de mais de 200 coletâneas de contos, poesias e quadrinhos.